

# **A PROXIMIDADE CULTURAL COMO FACTOR DE DECISÃO DO INVESTIMENTO: O CASO DO INVESTIMENTO PORTUGÊS NO BRASIL**

Fernando Miguel da Silva Seabra

*Mestrado em:* Economia Internacional

*Orientador:* Dr. Vítor Corado Simões

*Provas concluídas em:*

## **RESUMO**

Desde 1996 que as empresas portuguesas têm vindo a escolher o Brasil como mercado de eleição para a localização dos seus investimentos. Este país passou a ser um factor crucial na definição das estratégias de internacionalização das empresas portuguesas. As teorias que argumentam que o processo de internacionalização é um processo de decisões incrementais no sentido de um envolvimento crescente das empresas em operações internacionais, sugerem que quando a experiência das empresas acerca do desenvolvimento destas operações é reduzida, estas optarão de início por investir em países psicologicamente/culturalmente mais próximos do país de origem.

O presente trabalho parte do pressuposto de que a proximidade cultural entre Portugal e o Brasil foi um factor influente no processo de decisão conducente ao investimento das empresas portuguesas neste país.

São estudados cinco casos de empresas portuguesas que investiram no Brasil, no sentido de confirmar ou não este pressuposto.

As questões relacionadas com a gestão dos recursos humanos e o recurso das empresas aos gestores expatriados, são igualmente analisadas por se entender que é a este nível que a gestão da diversidade cultural coloca mais problemas.

Palavras-chave: processo de internacionalização, proximidade psicológica/cultural, diversidade cultural, gestão de recursos humanos, gestores expatriados.

# **CULTURAL PROXIMITY AS DECISION FACTOR FOR THE INVESTMENT: THE CASE OF THE PORTUGUESE INVESTMENT IN BRASIL**

Fernando Miguel da Silva Seabra

*Master Degree in. International Economy*

*Guidance: Dr. Vítor Corado Simões*

*Proofs Concluded in:*

## **SUMMARY**

Since 1996 portuguese companies have chosen Brazil as a preference market for the location of its investments. This country thus became a crucial element in the definition of the internationalization strategies in the portuguese companies. The theories that consider the internationalization as an incremental process, in which the companies will become gradually more involved in international operations, argue that these companies, because of their scarce experience about these operations will choose, in an initial stage, to locate its investments in psychology/culturally countries close to their home market.

This work starts with the argument that cultural proximity between Portugal and Brazil was an influent factor in the decision process that has lead the companies to invest in Brazil.

Five cases of portuguese companies that have invested in Brazil, are studied, with the goal of confirming, or not, this argument.

Issues concerning human resource management, as well the use of international managers as a resource are also analysed, because of the assumption that it is on this level that management of cultural diversity faces more problems.

**Key words:** internationalization process, psychological/cultural proximity; cultural diversity, human resource management; international managers.